

# ERI GOED

INDUSTRIE EN TECHNIEK

**Vlaams-Nederlands tijdschrift voor industriecultuur**

**2011**  
20ste jaargang

**Nummer 4, december**

Van rijstpakhuis tot Casino, Wormer

Promotie en antipromotie voor jenever en likeur in België

Herbestemming spinnerij Leurent, Avelgem

The Way Ahead, propagandatijdschrift voor Nederland in wederopbouw

# Colofon

## **Erfgoed van Industrie en Techniek**

is een uitgave van de Stichting Erfgoed

### **Redactie**

lic.hist. Fr. Becuwe

dr.ir. P. van den Bossche

ir. C.H. van Eldik

dr. W.H.P.M. van Hooff (hoofdredacteur)

dr.ir.arch. I. Wouters

dr.ir. arch. M. de Bouw

### **Redactieadres**

C.H. van Eldik

Brilduikerhof 12

2623 NT Delft

### **Voor Vlaanderen**

VVIA, postbus 80

Postkantoor Gent

Stationswijk

9000 Gent XII

Ook voor inlichtingen over abonnementen en advertenties

Niets uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever

De inhoud van de artikelen met auteursnaam is voor verantwoordelijkheid van de auteur

### **Lay-out**

Sanne van Hooff

### **Vormgeving**

SD Communicatie, Rotterdam

### **Druk**

Veldhuis Media, Raalte

**ISSN 0927-3026**

### **Omslagfoto**

xxxx

# Inhoud



- x Een aibaar rijksmonument. Rijstpakhuis Batavia te Wormer kan er weer eeuwen tegen,  
*Cees Kingma*
- x Van “le meilleur des vieux systèmes” en “liqueurs supérieures” tot “l’alcool tue”.  
Promotie en antipromotie voor jenever en likeur in België, *Davy Jacobs*
- x Herbestemming en restauratie van de spinnerij Leurent, de groote fabriek, te Avelgem,  
*Bart Demeestere, Griet Mortier, Jeroen Stevens*
- x The Way Ahead. De weg naar de naoorlogse industriële wederopbouw in Nederland,  
*Rafael García*

## Redactioneel

**A** Het slotnummer van de jaargang 2011 heeft weer een diverse inhoud. Hoewel, een bekend thema komt ook hier weer in twee bijdragen terug: herbestemming. Het is en blijft, als het goed gedaan wordt, maatwerk en daarom zijn ook elke renovatie en nieuw gebruik unieke verhalen. Deze keer kunnen we iets laten zien van een rijstpakhuis in Nederland dat casino werd en de plannen voor een voormalige spinnerij in West-Vlaanderen die nog wacht op definitieve revitalisering. Respect voor én kennis van het verleden zijn basisvoorwaarden voor een geslaagde herbestemming, naast veel architectonische creativiteit en bouwtechnische deskundigheid. En dan is natuurlijk een goede en (financieel) gezonde exploitatie van levensbelang voor een verder voortbestaan.

De twee andere artikelen hebben beide een hoog vormgevingsgehalte. De alcoholproducenten maakten volop gebruik van goede en doordachte reclame waarbij affiches een belangrijke rol spelen. Maar ook de anti-alcoholbeweging wist dat niet alleen inhoud maar ook de verpakking van hun boodschap belangrijk is. De reclame-spotjes hebben bijvoorbeeld zeker bijgedragen tot het succes van de Bob. Het belang van (en het plezier aan) goede vormgeving was ook duidelijk voor de redactie en uitgever van het Engelstalige Nederlandse exporttijdschrift *The Way Ahead*. Wij doen met *Erfgoed* ons bescheiden best ook in dit opzicht bij te blijven. Commentaar, reacties, suggesties én redactionele hulp zijn welkom!

# The Way Ahead

## De weg naar de naoorlogse industriële wederopbouw in Nederland

Rafael García \*

The Way Ahead werd als Engelstalig tijdschrift oorspronkelijk uitgegeven door de destijds in Den Haag gevestigde Nederlandse Stichting Bouw. Het verscheen voor het eerst in de herfst van 1947 en liep onafgebroken door tot 1963. Waarschijnlijk zijn er tien complete jaargangen ('volumes') gepubliceerd met elk vier nummers. Nummer 1 van jaargang 11 is het laatste gedrukte nummer, zodat dus in totaal eenenveertig nummers zijn verschenen. Alle nummers van het tijdschrift – dat in tegenstelling tot de Engelstalige titel en inhoud doet vermoeden geheel in Nederland werd bedacht en gepubliceerd – richtten zich vooral op de economische en industriële activiteiten in het Nederland van de naoorlogse jaren. In de woorden van de minister van Economische Zaken G.W.M. Huysmans, geciteerd in het allereerste nummer: 'The Way Ahead aims to give a reliable and fascinating commentary on business conditions and plans for reconstruction of Western Europe in general, and of the Netherlands in particular'; dit overeenkomstig de ondertitel die het tijdschrift bijna de helft van zijn bestaan droeg: 'quarterly economic review'.

Het tijdschrift kreeg in 1955 met ingang van nummer 3 van jaargang 5 twee andere uitgevers, toen de Stichting Bouw werd opgevolgd door het Bouwcentrum in Rotterdam samen met Nedeco in Den Haag. Dit leidde pas na twee nummers tot een zichtbare verandering in de vorm van een gewijzigde ondertitel 'quarterly review of Netherlands consulting engineering'. Zoals de ondertitel al aangaf besteedde het tijdschrift meer aandacht aan technisch gerelateerde onderwerpen ten koste van de meer algemene economisch-industriële inhoud in de voorafgaande nummers. In hetzelfde nummer onderging ook het uiterlijk een wijziging; de vormgeving werd strakker en minder uitbundig dan voorheen.



Vol. 5, No. 4. Voorzijde van de omslag van het nummer gewijd aan de toekomst van de Nederland als industrieel.

Deze eerste verkennende studie over The Way Ahead richt zich vooral op de eerste vier jaargangen vanwege de interessantere opmaak en gebruik van grafieken.

The Way Ahead droeg een uitgesproken nationale signatuur, hoewel het strict genomen geen officieel of overheidsorgaan was. De uitgevers waren in zekere mate autonoom. Het tijdschrift was een resultaat van publieke en private partijen die elkaar op dit onderwerp vonden. Opvallend daarbij is echter dat zowel de Stichting Bouw als het Bouwcentrum – die na elkaar in het naoorlogse Nederland waren opgericht – zich voornamelijk bezig hielden met de bouwnijverheid en niet met de economie. Jan van Ettinger, een alom gerespecteerd persoon op het terrein van de industriële statistiek en waarschijnlijk de intellectu-

ele gangmaker achter het tijdschrift, was naast directeur van de Stichting Bouw ook hoofdredacteur van alle eenenveertig nummers. Het redactieteam echter onderging wel de nodige veranderingen.

Het doel van The Way Ahead was het verspreiden van nieuws over en ontwikkelingen van de Nederlandse economie. De bij de eerste uitgave meegaande folder zegt: "het buitenland voorlichten omtrent Nederland en zijn overzeese gebiedsdelen". De inhoud richtte zich vooral op de naoorlogse wederopbouw en deze periode werd betrouwbaar en bijzonder aantrekkelijk in beeld gebracht. Zoals minister Huysmans in de inleiding in nummer 1 had aangegeven, was dat ('reliable and fascinating image'), samen met de buitengewoon rijke en uitbundige vormgeving, het belangrijkste kenmerk van het tijdschrift. Geen enkel ander tijdschrift uit die tijd kende een dergelijke aanpak.

Het primaire belang van The Way Ahead lag niet zozeer in de waarde van de inhoud – die was waarschijnlijk overgenomen en in andere vakbladen, met name economische tijdschriften, zelfs grondiger behandeld – maar vooral in de bedachtzame en educatieve manier waarop de onderwerpen werden gepresenteerd. De inhoud werd naar de lezer overgebracht met een duidelijke boodschap van hoop en optimisme, meestal via de vormgeving, die aansloot bij de strengheid en het realisme dat paste bij het gehele tijdschrift. De kleurrijke grafieken en tekeningen droegen ook bij tot het overbrengen van de inhoud. In een tijd van grote ontberingen en tekorten was de vrolijke en verleidelijke stijl een onmiskenbare uiting van de positieve houding waarmee Nederland het herstelproces ter hand nam en van de vooruitgang dat het maakte met het herstel van zijn industrie en economie.

Het is ook duidelijk dat The Way Ahead vooral een propagandamiddel was om Nederland in het buitenland te promoten én om de aandacht te trekken van buitenlandse investeerders. Het tijdschrift publiceerde veel artikelen die meer of minder expliciet verwijzen naar de noodzaak om beide doeleinden - promotie van het Nederlands product en het aantrekken van buitenlandse investeerders - van dienst te zijn. Gelet op de taal waarin het tijdschrift verscheen, kan er weinig twijfel over bestaan dat het vooral was gericht op de Engelssprekende wereld. Verder wijst



"Mixing business with pleasure". Vol. 2, No. 4. Kolofon en inhoudsopgave

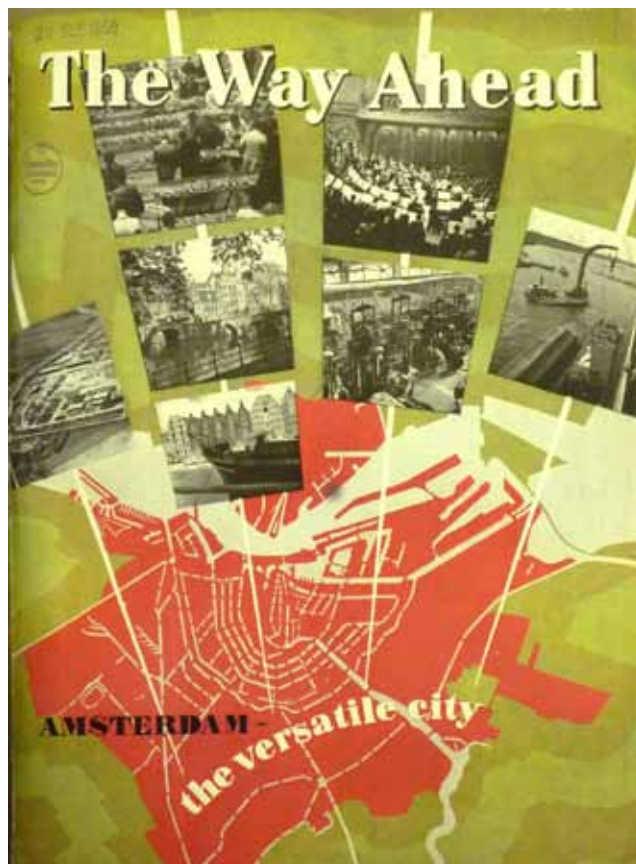


alles erop dat het tijdschrift voornamelijk in Engelstalige landen werd verspreid. Verassend genoeg zijn in bibliotheken en archieven weinig exemplaren van het tijdschrift bewaard gebleven. En evenzeer ontbreekt het in de bestaande en toenmalige literatuur aan verwijzingen naar het bestaan van dit tijdschrift.

Het aantal verschillende onderwerpen die in de artikelen werd behandeld is té groot om hier in detail te bespreken. Maar de thema's van de verschillende nummers van de eerste vier jaargangen spreken voor zich en geven een goed overzicht:

- |         |       |   |
|---------|-------|---|
| jrg. 1, | nr. 1 | The Netherlands en route to reconstruction  |
|         | nr. 2 | The Netherlands industrial future   |
|         | nr. 3 | The Netherlands ploughs through   |
|         | nr. 4 | Jubilee number. The ever broadening bands   |
| jrg. 2, | nr. 1 | Setting the house in order  |
|         | nr. 2 | It droppeth as the gentle rain from heaven ...  |
|         | nr. 3 | The Netherlands. Europe's haulage contractor  |
|         | nr. 4 | Mixing business with pleasure   |
| jrg. 3, | nr. 1 | Rotterdam, where sea and Rhine are two ends of one line                                     |
|         | nr. 2 | Amsterdam, the versatile city   |
|         | nr. 3 | Give us the drawings and we will do the job   |
|         | nr. 4 | Towards Europe Integration  |
| jrg. 4, | nr. 1 | Towards Europe Integration. The Netherlands: a mirror to Western European economic problems |
|         | nr. 2 | Investing banking. The Netherlands financial corporation for national reconstruction        |
|         | nr. 3 | Europe and the others   |
|         | nr. 4 | Queen Juliana, Royal Ambassadress   |

Een eerste blik op deze thema's laat zien dat de eerste nummers een duidelijke relatie hadden met de situatie direct na de oorlog. De auteurs analyseerden de te nemen maatregelen en bediscussieerden de eerste resultaten van het gevoerde beleid van de Nederlandse overheid. Nummer 4 van jaargang 1 (het jubileumnummer) markeerde een mijlpaal: de vijftigste verjaardag van Koningin Wilhelmina als koningin (1898-1948). De titel van nummer 2 van jaargang 2 verwijst naar het Marshallplan; de artikelen waren gewijd aan enkele economische sterke sectoren van Nederland en lieten ook de mogelijkheden van de zeescheep-



"Amsterdam – the versatile city". Vol. 3, No. 2. Voorzijde omslag

vaart zien.

Het belang van de twee grote steden Rotterdam en Amsterdam voor de industrie en economie komt direct en indirect uitgebreid aan bod. In nummer 3 van jaargang 3 staat de Nederlandse bouwnijverheid centraal die zijn mannetje staat: 'Give us the drawings and we'll do the job'. Verder is de serie van drie nummers (vanaf nummer 4 in jaargang 3) interessant, gewijd aan de Europese integratie en de betrekkingen tussen Europa en de rest van de wereld. Nummer 2 van jaargang 4 behandelt de financiële investeringen in het kader van de wederopbouw van het land, terwijl het daarop volgende nummer 4 de rol van de nieuwe koningin, Juliana, als ambassadrice naar voren brengt.

In jaargang 5 – de laatste onder het uitgeverschap van Stichting Bouw – had nummer 1 de verrassende tweetalige kop 'Opening up for development. Desarrollo económico', met een inhoud afgestemd op de Spaanstalige landen met een soort bijlage (blz. I-XII) in het Spaans. Een getypte brief in correct, maar formeel Spaans en ondertekend door Prins Bernhard op koninklijk paleis Soestdijk op 13 maart 1953, legt uit waarom: 'La presente edición de The Way Ahead puede constituir un machón del puente que se está construyendo para unir los Países Bajos con América Central y América del Sur. Es mi sincero deseo que se intensifique cada vez más el tráfico transatlántico por este puente'. Dit eenmalig Spaanse nummer was gericht op de Spaanstalige landen in vooral Latijns-Amerika; de verwijzingen naar Spanje zelf zijn schaars in het tijdschrift

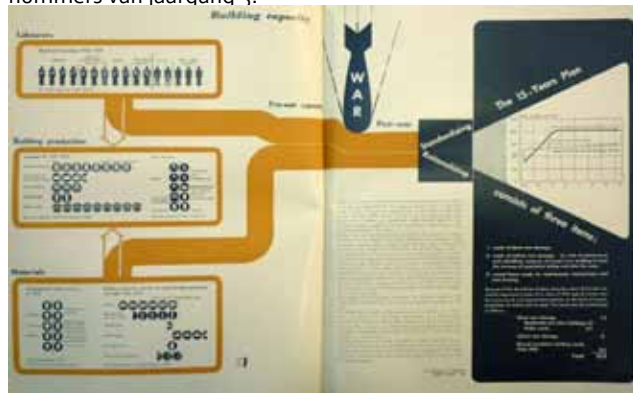
Nummer 2 van jaargang 5 (The Netherlands dry again) was gewijd aan het herstel van Nederland na de catastrofale watersnoodramp van 1953. De laatste twee nummers van jaargang 5 verschenen zonder thema [zie opmerking hierna] en markeerden de overgang naar een meer technisch tijdschrift. Bovendien hadden deze twee nummers – nu uitgegeven door het Bouwcentrum en Nedeco – als algemene ondertitel 'review of Netherlands engineering'.

Een belangrijk deel van de vormgevingskwaliteit zit in de omslag, die steeds een grafisch beeld laat zien dat het thema van het nummer uitbeeldt. De kleurrijke diversiteit aan grafische stijlen van de omslagen – variërend van tekeningen en illustraties tot foto's, of een combinatie van beide – weerspiegelde ook de opmaak van het binnenwerk. Omslag en binnenwerk vormden in de eerste periode van het tijdschrift (onder Stichting Bouw als uitgever) één geheel, dat met zorg was vormgegeven. De titel was gepositioneerd aan de bovenkant van de omslag en vormde bij alle omslagen een vast element, met slechts kleine variaties in de typografie.

In de eerste vijf jaargangen liep ook het colofon mee in het grafisch ontwerp. Het colofon bevat steeds een overzicht van de ontwerpers van zowel het omslag als van het binnenwerk, waarvan de namen vaak per nummer wisselden tijdens de gehele verschijningsperiode. Als aanvulling op de ontwerpers van de cover, vermeldt het colofon ook de volgende medewerkers: 'graphical

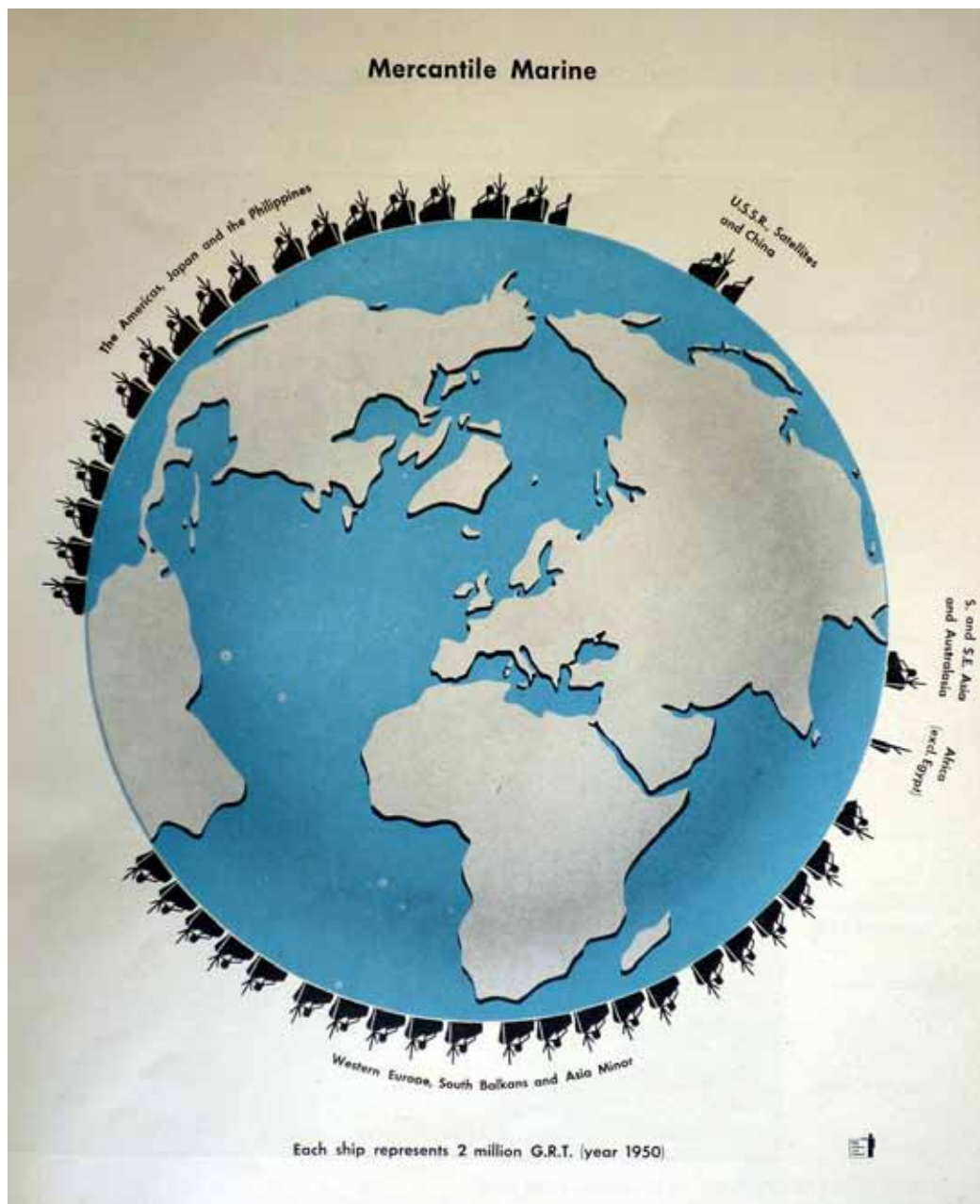
management', 'typographical managers', 'art contributors' en 'art editor' en tevens in elk nummer de namen van de auteurs. Sommige medewerkers zoals Piet Zwart, Dick Elffers en H. Molenaar waren al vóór de oorlog bekend en behoorden tot de toonaangevende Nederlandse ontwerpers.

Vanaf nummer 2 van jaargang 4 worden de ontwerpers van de omslag niet meer vermeld. Bovendien wordt de omslag ook niet meer in miniatuur getoond bij de inhoudsopgave en in de colofon, zoals van te voren gebruikelijk. Daarnaast worden vanaf jaargang 5 zelfs de grafische vormgevers van het binnenwerk niet meer vermeld. Foto's overheersen het beeld van de omslagen van het laatste nummer van jaargang 4 en alle vier nummers van jaargang 5 en de ontwerpen zijn minder gedetailleerd uitgewerkt en zijn niet te vergelijken met de meer artistieke ontwerpen van de voorgaande edities. Wellicht was dit de reden voor het weglaten van de namen van de ontwerpers en het anonimiseren van de omslagen. Tegelijkertijd lijkt ook de artistieke flair van de totale grafische vormgeving te verminderen bij de laatste nummers van jaargang 5.



"Building capacity. Prewar-postwar". Vol. 1, No. 1.

Een blik op de pagina's van het binnenwerk van The Way Ahead laat zien dat er veel grafische middelen zijn ingezet. Zo is bijvoorbeeld een twekoloms-opmaak gebruikt voor de artikelen, maar vaak werden de kolombreedten aangepast of werd overgestapt op een éékoloms-opmaak met ook weer wisselende kolombreedten of werd gekozen voor een onregelmatige rechter-



"Mercantile Marine. Each ship represents 2 million G.R.T. (year 1950)". Vol. 4, No. 3.



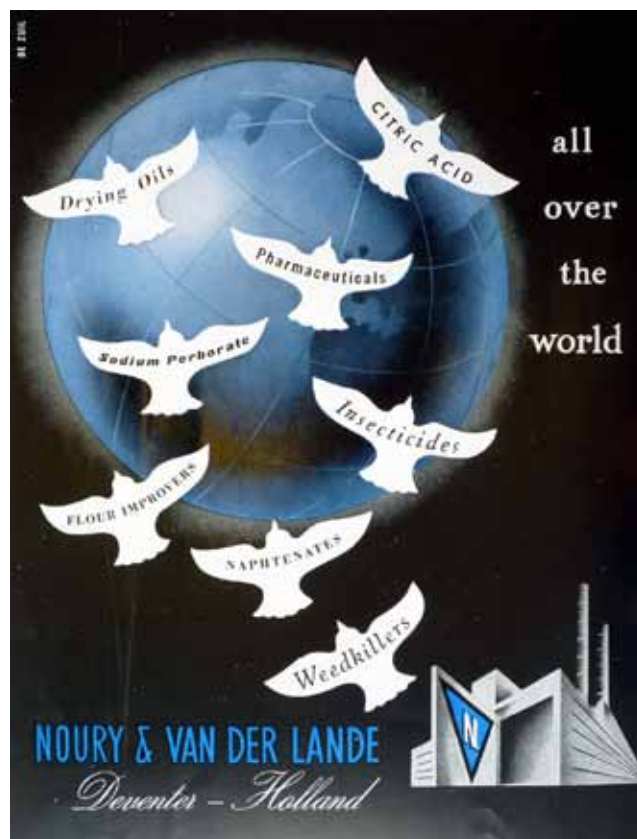
kantlijn die de contouren volgde van de grafiek of de afbeelding ernaast. De aandacht en de zorg die is besteed aan de vormgeving komt vooral op het conto van de opeenvolgende 'art directors', zoals in de colofon vermeld. Opmerkelijk in het grafisch ontwerp is vooral de lay-out van de informatieve spreads (twee tegenover elkaar liggende pagina's), waarin vaak alle beschikbare informatie is gebruikt, zoals foto's, grafieken, kaarten, tabellen, tekeningen en gekleurde achtergronden, en natuurlijk, teksten.

Vanuit een informatief standpunt gezien was ongetwijfeld het meest opmerkelijk in de eerste vier jaargangen van het tijdschrift het gebruik op grote schaal van beeldstatistieken. Deze techniek is in het midden van de jaren 1920 ontwikkeld en door de Oosten-

rijkse socioloog en econoom Otto Neurath aangeduid als 'Bildstatistik'. Primair verantwoordelijk voor het gebruik ervan was de graficus Gerd Arntz, een voormalige medewerker en volger van Neurath, die in de eerste aflevering wordt vermeld als art director verantwoordelijk voor de beeldstatistieken, gebaseerd op gegevens van de Nederlandsche Stichting voor Statistiek. Deze beeldstatistieken waarvan Neurath de grote promotor was, dienden een hoger doel; ze vormden een systeem waarbij een grafische voorstelling statistische gegevens leesbaar en toegankelijk maakte voor een breed lekenpubliek. Neurath wilde zo een brug slaan tussen de gescheiden werelden van de lees- en beeldtaal en zo met een de snelheid van informatie vergroten en de rol van gebruiken en gewoontes en opvoeding in de communicatie terugdringen.



Voorbeeld van een pagina met drie advertenties Vol. 5, No. 1.



Een hele pagina met een zwarte achtergrond. Vol. 5, No. 1.

Deze benadering vertoont natuurlijk nauwe verwantschap met de progressieve en breed aansprekende stijl in de publicaties van de hoofdredacteur Van Ettinger. Maar het feit dat het tijdschrift zelf na enige jaren stopte met het gebruik van deze techniek laat zien dat deze beeldtaal toen al in zijn laatste nadagen verkeerde. Het uitbundige gebruik van beeldstatistiek in *The Way Ahead* tot midden jaren vijftig maakt het tijdschrift des te interessanter als een van de laatste gebruikers.

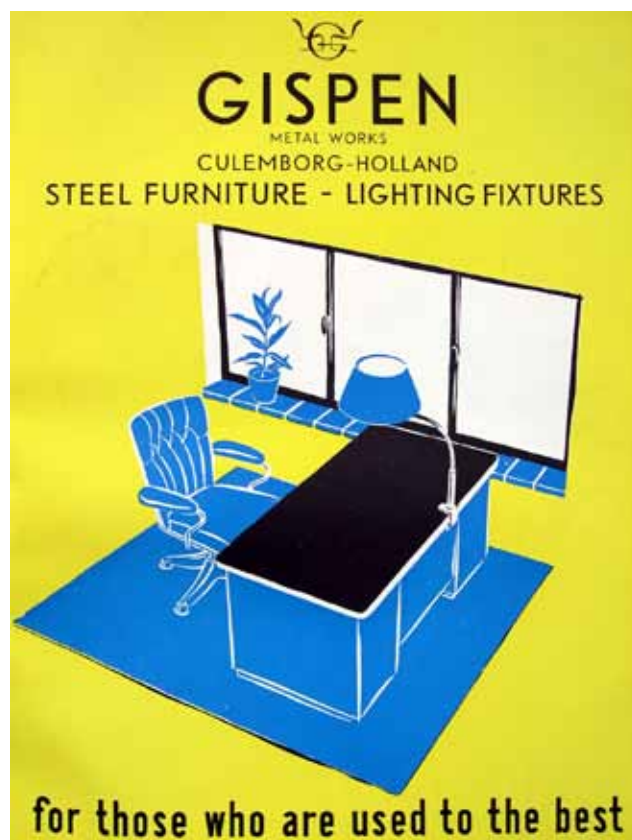
In het tijdschrift zijn vele verschillende statistische grafieken gebruikt, variërend van eenvoudige staafdiagrammen met pictogrammen of herhaalde symbolen voor het aanduiden van de bijbehorende aantallen tot bevolkingspiramides, sterdiagrammen,



*Van Wijk, "handknittingwool".*

grafische weergave van kwantitatieve stromen en –bewegingen, dichtheidspictogrammen, stroomdiagrammen en schematische afbeeldingen van de wereldkaart om de economische situatie weer te geven. Ook andere grafische communicatiemiddelen werden ingezet zoals gedetailleerde schema's van de opslag van graan, de winning van delfstoffen en zelfs de bouw van een groot ziekenhuis met vijfhonderd bedden. Er werden ook diverse (uitvouw)kaarten toegevoegd, soms ondersteund door statistische grafieken en pictogrammen. Een full colour kaart op paginagrootte in nummer 2 van jaargang 1 bijvoorbeeld bracht de bestaande en toekomstige industriegebieden van Nederland in beeld.

Ondanks al deze visuele hulpmiddelen zal elke lezer van *The Way*



*Gispén, "for those who are used to the best".*



"Amstel Brewery, Amsterdam Holland".

Ahead het er zeker mee eens zijn dat het meest verrassende en opvallende – en ook het meest verleidelijk gepresenteerd – de advertenties zijn. In de eerste vijf jaargangen werden de advertenties gebundeld voor- en achterin het tijdschrift en stonden ze niet tussen de artikelen. In de jaargangen daarna daalde het advertentievolume drastisch, vermoedelijk in verband met de versmalling van de inhoud. Het aantal advertenties was aanvankelijk groot: sommige nummers bevatten wel tweeëndertig bladzijden reclame voorin en twintig bladzijden achterin met daar tussenin zo'n veertig redactionele pagina's. Opvallend is ook het unieke karakter: van de ruim zevenhonderd advertenties zijn maar zeer weinig herplaatst.

De advertenties kunnen qua grootte worden onderverdeeld in

drie formaten: een hele, halve (liggend of staand) en een kwart pagina; de meestvoorkomende betroffen echter hele pagina's. Door combinatie van deze formaten zijn acht verschillende vormen van advertentiepagina's mogelijk. Sommige advertenties zijn in zwart/wit (bijvoorbeeld in de vorm van lijntekeningen), maar de meeste zijn in twee of vier kleuren. Ook de vormgeving van de advertenties was zeer gevarieerd. Een overzicht van de gehanteerde stijlelementen:

- slechts één foto of een fotomontage of fotocollage;
- zeer realistische tekeningen;
- gedurfde kleuren of gewaagde kleurcontrasten;
- tonen van eigen producten in een compositie of als rekwisiet;
- zwarte achtergrond of juist opgebouwd uit verschillende kleuren;
- tonen van typisch Nederlandse cliché-producten, zoals windmolens, klompen of klederdracht;
- verwijzing naar de geschiedenis en tradities van Nederland; – gebruik van merknaam of bedrijfslogo;
- korte of juist lange informatieve teksten;
- vergelijken van het product in de tijd (vóór en ná);
- gebruik van een wereldbol om de internationale distributieketen aan te geven (werd veel gebruikt) of om de plaats van Nederland of de vestigingsplaatsen te markeren.

Van de toonaangevende merken adverteerden Philips en Gispen het meest. Daarnaast waren er veel adverteerders van onder meer luxe verbruiksartikelen als tabak, bier, cacao en sterke drank, naast verf, machines, huishoudelijke apparaten, textiel en voeding.

Het zou interessant zijn de advertenties in te delen naar thema, zoals: efficiënt werken, glamour, conceptualisering, consumptisme (met name de advertenties voor sterke drank), humor, verleiding en zelfs sensualiteit. Een stilistische indeling is ook mogelijk: er zijn naast expressionistische en abstracte (geometrische) invloeden ook elementen uit de Amerikaanse reclame te herkennen naast kitsch, naïeve kunst of negentiende-eeuws traditionalisme. Veel advertenties zijn gesignd of voorzien van het logo van de grafisch ontwerper. Hieruit blijkt dat sommige ontwerpers van het tijdschrift als Studio Valk, Studio Libra en Meyer Ridard ook een aantal advertenties voor hun rekening

namen. Er zou nog een nadere studie gedaan moeten worden naar de ontwerpers van de overige advertenties, op basis van de handtekeningen of logo's en de stijl van de ontwerper. Dit is echter slechts één van de vele nog-te-ontdekken facetten van deze fascinerende en verrassend weinig bekende publicatie.

## Geraadpleegde bronnen

- 1 G.W.M. Huysmans, "Introduction", *The Way Ahead*, Vol. I, No.1, p.18.
- 2 Bouwcentrum (Internationaal centrum voor onderzoek, documentatie en informatie voor de bouwnijverheid te Rotterdam), zoals vermeld in de colofon.
- 3 Nedeco (Netherlands Engineering Consultants, The Hague), evenzo opgenomen in de colofon.
- 4 Er werden ook artikelen en volop verwijzingen naar het buitenland, in het bijzonder naar de landen waar Nederland qua ligging of economische betrekkingen een bijzondere band onderhield en uiteraard naar de overzeese gebiedsdelen.
- 5 Jan van Ettinger (1901-1981) was een vooraanstaand Nederlands ingenieur bekend door zijn studies op het terrein van organisatiekunde en industriestatistiek, gebieden waarop hij in Nederland pionier was. Hij werd in 1940 benoemd tot Algemeen Secretaris van de Nederlandsche Stichting voor Statistiek en schreef een aantal boeken over de economische structuur van de wereld. Hij werkte later ook samen met de Club van Rome bij publicaties op het gebied van het milieu en de verdeling van de welvaart. Zie J. Sittig, "In memoriam Jan van Ettinger", *Statistica Neerlandica*, vol. 35, n. 4, December 1981, pp. 185-88.
- 6 Het artikel van David J. Snyder getiteld "The Netherlands information service collection: an introduction", *Historia Actual On Line (HAOL)*, 2005, n. 8, 201-9 bevat interessante informatie over de verspreiding in het buitenland. Snyder's artikel wijst op de belangrijke Nederlandse regerings propagandadienst opgericht in de jaren 1940, met als belangrijkste vestiging New York. Enkele exemplaren van het tijdschrift, dat Snyder hogelijk waardeert, zijn bewaard in de uitgebreide archieven van deze dienstafdeling, ondergebracht in het Holland Museum in Holland, Michigan. De enige schrijver dezes bekende referentie is het artikel "The Way Ahead", in *TéTé: technisch tijdschrift voor de grafische industrie*, n. 6, 3e jaargang, Februari 1947, pp. 180-1, van de hand van Johan H. van Eikeren. De tekst is gewijd aan een bespreking van de zojuist uitgebrachte eerste aflevering van *The Way Ahead* en richt zich vooral op de typografische aspecten. De recensent geeft de voorkeur aan een meer traditionele vormgeving boven die toegepast in het nieuwe tijdschrift. Met dank aan Giel van Hooff.
- 7 "This edition of THE WAY AHEAD may serve as a pier on the bridge being built between the Netherlands and Central and South America. I sincerely hope that

the transatlantic traffic over this bridge steadily increases." ("Deze aflevering van *The Way Ahead* moge dienen als een pijler in de brug tussen Nederland en Midden- en Zuid-Amerika. Ik hoop oprecht dat het transatlantisch verkeer over deze brug gestadig zal toenemen.")

- 8 De achterhaalde ontwerpers zijn Piet Zwart, Henk Nieuwenburg (in twee afleveringen), J.F. Doeve, Libra Studio, Herman Nygh, Wim Brekelmans (eveneens in twee afleveringen), Studio Valk, Meyer Ricard en Reyn Dirksen.
- 9 Tot de in het tijdschrift vermelde medewerkers behoren H. Meyer-Ricard, G. Arntz, J. Bons, D. Elffers, H. Molenaar, O. Treumann, H. Nieuwenburg, Libra Studio, Marianne van Os, Wim Brekelmans en Studio Valk. In twee gevallen was de ontwerper van het omslag tevens de kunstdirecteur, Wim Brekelmans.
- 10 De interessante en invloedrijke Otto Neurath is de afgelopen jaren onderwerp van hernieuwde belangstelling geworden. Speciale vermelding hierbij verdient de publicatie van Nader Vossoughian, *Otto Neurath. The Language of the Global Polis*, Den Haag, 2008, de catalogus bij de gelijknamige tentoonstelling in Den Haag. Neurath's boek *Bildstatistik (beeldstatistiek)*, Vienna 1927, vormde de basis voor deze techniek. Otto Neurath woonde van 1934 tot 1940 in Den Haag en nam deel aan de voorbereidingen voor de CIAM [International Congress of Modern Architecture] "The Functional City", die in Athene onder voorzitterschap van Van Eesteren werd gehouden.
- 11 Gerd Arntz (Remscheid, Duitsland, 1900) emigreerde in 1934 naar Nederland, waar hij zijn carrière voorzette, tot zijn dood in 1988. Hij perfectioneerde en vereenvoudigde Neurath's grafische symbolen en was de ontwerper van sommige van de in *The Way Ahead* gebruikte "standaard beeldtekens".
- 12 Naast de hierboven genoemde Nederlandsche Stichting voor Statistiek – opgericht in 1945 – worden door het tijdschrift heen ook het Nederlands Instituut voor de Statistiek en het Centraal Bureau voor de Statistiek genoemd als bronnen voor de statistieken.
- 13 N. Vossoughian, op. cit. p. 61.
- 14 Afgebeeld in kleur in *Erfgoed. Industrie en techniek*, n. 2/3, 2011, fig. 1, p. 91 en oorspronkelijk in zwart-wit in *Bouw* 1948, p.171.

\* Rafael García (1956) is een gepromoveerd architect en als vaste docent werkzaam aan de Architectuuropleiding van de Universidad Politécnica te Madrid. Hij is gespecialiseerd in moderne Nederlandse en industriële architectuur. Hij is auteur van veel artikelen op dit terrein en daarnaast directeur en hoofdredacteur van het tijdschrift *Cuaderno de Notas*. Zijn meest recente publicatie: *Arquitectura Moderna en Los Países Bajos 1920-1945* (Madrid 2011)



